

ABSTRAK

NURDIN TRI MARGO SANTOSO. Skripsi ini berjudul ANALISIS POSITIONING BLACKBERRY BERDASAR PERSEPSI KONSUMEN DI YOGYAKARTA (Dibimbing oleh Dra. Sri Kussujainatun, M.Si dan Sri Harjanti, SE, M.Si).

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui persepsi konsumen pada konsumen Blackberry.

Penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta (area Malioboro) yang mengenal kelima merek ponsel yaitu Blackberry, Nokia, Samsung, Sony Ericson dan I Phone. Pengambilan data dilakukan mulai bulan November 2012. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dengan jumlah populasi yang diteliti 100 yang mengenal kelima merek ponsel yaitu ponsel Blackberry, Nokia, Samsung dan I Phone yang berada di Kota Yogyakarta (area Malioboro) dari 30 yang mengenal kelima merek ponsel dan sampel diambil menggunakan tabel penentuan sampel (Sugiyono, 2011) dengan taraf toleransi kesalahan sebesar 5% dari seluruh jumlah populasi yaitu berjumlah 100 responden.

Metode penelitian dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan hasil analisis data meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Atribut Ponsel yang digunakan sebagai pertimbangan oleh konsumen dalam pemosisian. Hasil analisis Uji Validitas dan Realibilitas menyatakan semua data valid dan reliable dengan *alpha cronbach* lebih besar dari 0,3 dan 0,6 sehingga data tersebut dapat digunakan sebagai penelitian dan hasilnya dapat dipercaya.

Hasil analisis Deskriptif mayoritas pada Jenis kelamin Pria yaitu sebanyak 60 orang atau sebesar 60%. Pendidikan strata-1 sebanyak 40 orang atau sebesar 40%. Pekerjaan pelajar/mahasiswa 60 orang atau sebesar 60%. Tingkat pendapatan < Rp. 500.000 sebanyak 60 orang atau sebesar 60%.

Hasil Analisis data yaitu *Multi Dimensional Scalling* (MDS) yaitu menggunakan data dua dimensi secara keseluruhan arah titik koordinat yang paling menuju ke arah positif secara berurutan adalah merek ponsel Sony Ericson pada sumbu X (0,1052) dan pada sumbu Y (0,9944). Sedangkan dari keseluruhan atribut arah titik koordinat dengan hasil yang di dapat positif secara berurutan adalah atribut inovasi pada sumbu X (0,3785), atribut kenyamanan pada sumbu X (0,6408) dan pada sumbu Y (0,5821) dan pada atribut harga titik koordinat positifnya pada sumbu Y (0,2412).

Positioning Blackberry terbukti berada satu kuadran 4 dengan ponsel I Phone yang berarti diukur pada skala 1 adalah sangat mirip dalam hal atribut teknologi.

Kata Kunci : *Positioning*, Kinerja, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisis Deskriptif, Hasil Analisis Data (Atribut Teknologi, Atribut Desain, Atribut Inovasi, Atribut Kenyamanan dan Atribut Harga).